

**VI CONGRESO MUNDIAL DE LA QUINUA Y  
III SIMPOSIO INTERNACIONAL DE GRANOS  
ANDINOS, PERÚ 2017**

**RESUMENES**

**EDITADO POR:  
MINAGRI (INIA, DGA), FAO, UNALM.**

# LA QUINUA EN EL CONTEXTO DE LA ESTANDARIZACIÓN

OLARTE-CALSINA, SAÚL<sup>1</sup>; OLARTE-DAZA, C. UBERTO<sup>2</sup>; SCHULTZ, GLAUCO<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Doctorando - UFRGS – Desenvolvimento Rural, Porto Alegre - Brasil

<sup>2</sup>Doctor – FMVZ – Universidad Nacional del Altiplano, Puno - Perú

<sup>3</sup>Doctor – PGDR – Universidad Federal de Rio Grande del Sur - Brasil, Porto Alegre - Brasil

PALABRAS CLAVE: Alimento, “Commoditización”, Estandarización, Andes, Mercadería, Quinua.

La quinua, grano originario de los Andes Sudamericanos, es parte de la vida del mundo andino (s) desde antes de la formación del Tahuantinsuyo, siendo parte de la dieta alimentaria, a través de diversas formas de preparación. El objetivo de esta investigación fue analizar de forma crítica y desde una perspectiva inter-disciplinar y macro-general, la realidad actual de la relación de la quinua con la estandarización. La ciencia andina reconoció sus bondades mucho antes que la ciencia moderna/convencional, siendo esta última, aparentemente, una herramienta de las relaciones de poder que fomentan la estandarización en dirección a una “commoditización”, con consciencia o inconsciencia de los actores participantes, que finalizan en una relación mercado-bienestar. Su énfasis en la productividad y especialización en determinadas semillas y tipos lo evidencia, beneficiando a quienes ejercen el poder, mediante el aumento de su tasa de lucro. Mecanismos como la calidad y nutrición como elementos “discursivos”, resultan agentes clave para fomentar el consumo y una visión mercantilista en el agricultor, articulando a la quinua en la gobernanza de “cadenas de valor”. Este escenario resulta distinto a la visión andina de la quinua, de característica secular, donde el modo de vivir, soberanía y/o suficiencia alimentaria y visión holística, son actores relevantes; siendo la quinua primero un *alimento*, distinta de la visión occidental, donde el medio para vivir, seguridad alimentaria y visión parcializada, es dominante, siendo la quinua una mercadería. La estandarización es importante, pero, requiere ser continuamente debatida y analizada, de lo contrario se direccionará hacia la “commoditización” como fue el caso de la soja, caña de azúcar, etc., hoy mercaderías, no alimentos.

## OPORTUNIDADES PARA UNA MARCA COLECTIVA “QUINUA ANDINA” PERSPECTIVAS DESDE LA RED ANDINA DE PRODUCTORES DE QUINUA DE ARGENTINA, BOLIVIA, CHILE, ECUADOR Y PERU

CHEVARRIA LAZO, M. Y BAZILE, D.; Chevarria Lazo, M.<sup>1</sup>; Bazile, D.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>UNSAAC - EP, Cusco, Perú / E-mail: mcheva@yahoo.com

<sup>2</sup>CIRAD, Montpellier, Francia / E-mail: didier.bazile@cirad.org.fr

En el marco de la Red Andina de Productores de Quinua (RAP Quinua), cuyo lanzamiento se realizó en Quito en julio del 2016, la misma que congrega a productores de 25 organizaciones de Argentina, Bolivia, Chile, Ecuador y Perú, así como, en relación con la Oficina Regional para América Latina y el Caribe de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), se están estudiando y analizando las oportunidades institucionales y legales para la creación de la marca colectiva “Quinua Andina”. Las marcas colectivas son Derechos de Propiedad Intelectual (DPI) que distinguen los bienes o servicios de una empresa de los de otras empresas, son signos que permiten especificar el origen geográfico u otras características de un bien o servicio (OMPI, 2016). Una asociación de productores, como la RAP Quinua puede ser propietaria de una marca colectiva, para tal efecto, entre otros, deberá garantizar que sus miembros legalmente constituidos cumplan ciertos criterios incorporando una estrategia común en el reglamento que regirá el uso de la marca colectiva.

La función de la marca colectiva “Quinua Andina” sería la de promocionar e informar al público en general en los países andinos y más allá en el ámbito internacional acerca de las bondades y características singulares (históricas, agronómicas, culturales, sociales, etc.), de la producción de quinua en la región andina, principalmente de los productores integrantes de la RAP Quinua. Para el análisis de las oportunidades institucionales y legales de la creación de la marca “Quinua andina” se están implementado a la fecha cuatro fases de estudio: 1. Identificación y diagnóstico de la situación institucional de los integrantes de cada uno de los capítulos nacionales de la RAP Quinua (Argentina, Bolivia, Chile, Ecuador y Perú). 2. Constitución legal de cada uno de los capítulos nacionales, entre otros, el saneamiento institucional de cada uno en sus respectivas instancias nacionales. 3. Constitución de la RAP Quinua como una Organización Internacional e inscripción de la personería jurídica en el país de la sede principal o en cada país de los miembros integrantes de la red. 4. Identificación de las oportunidades institucionales y legales para la creación de la marca colectiva “Quinua Andina”

Concluyentemente, consideramos que las oportunidades para la creación y el uso de una marca colectiva “Quinua Andina” servirán para plasmar y difundir las singulares características de la producción de la RAP Quinua, para favorecer la comercialización conjunta y el reconocimiento de su producción a nivel mundial, así como, proporcionaría un marco para la cooperación entre los productores de quinua de Argentina, Bolivia, Chile, Ecuador y Perú. Esta valoración de un producto andino y su reconocimiento en conjunto tendrá en perspectiva la diferenciación de la quinua producida a nivel mundial de la quinua original de los Andes. Consecuentemente la marca colectiva “Quinua Andina” puede, entre otros, convertirse en un instrumento de desarrollo local que ayude a superar las desventajas asociadas al tamaño de las producciones familiares de los productores de la RAP Quinua o a su aislamiento en el mercado, etc.